

SULIT



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI**

JABATAN PERDAGANGAN

**PENILAIAN ALTERNATIF BERIKUTAN
PELAKSANAAN PERINTAH KAWALAN BERSYARAT**

SESI JUN 2020

DPM10013 – PRINCIPLES OF MARKETING

NAMA PENYELARAS KURSUS : LILIS SERI YANA SIRUN

KAEDAH PENILAIAN : PEPERIKSAAN ONLINE

**JENIS PENILAIAN : ANEKA PILIHAN (10 SOALAN)
ESEI BERSTRUKTUR (1 SOALAN)**

TARIKH PENILAIAN : 26 DISEMBER 2020

TEMPOH PENILAIAN : 50 MINIT

LARANGAN TERHADAP PLAGIARISM (AKTA 174)

**PELAJAR TIDAK BOLEH MEMPLAGIAT APA-APA IDEA, PENULISAN, DATA
ATAU CIPTAAN ORANG LAIN. PLAGIAT ADALAH SALAH SATU
PENYELEWENGAN AKADEMIK. SEKIRANYA PELAJAR DIBUKTIKAN
MELAKUKAN PLAGIARISM, PENILAIAN BAGI KURSUS BERKENAAN AKAN
DIMANSUHKAN DAN DIBERI GRED F DENGAN NILAI MATA 0.**

**(RUJUK BUKU ARAHAN-ARAHAN PEPERIKSAAN DAN KAEDAH PENILAIAN (Diploma) EDISI 6, JUN 2019,
KLAUSA 17.3)**

SECTION A : 20 MARKS
BAHAGIAN A : 20 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **TEN (10)** objective questions. Write your answers in the answer sheet form provided.

ARAHAN :

Bahagian ini mengandungi SEPULUH (10) soalan objektif. Tulis jawapan anda di dalam helaian kertas yang disediakan.

CLO2
C3

1. “Marketers should be aware of laws, government agencies, and pressure groups that influence or limit various organizations activities and individuals in a given society.”

Show the most accurate environment factors for the following statement:

*“Pemasar harus mengetahui undang-undang, agensi kerajaan and kumpulan yang akan memberi tekanan yang boleh mempengaruhi atau membatasi pelbagai aktiviti organisasi dan individu di dalam sesebuah masyarakat.”
Tunjukkan faktor persekitaran yang paling tepat untuk pernyataan berikut:*

- A. The economic environment
Persekitaran ekonomi
- B. The cultural environment
Persekitaran budaya
- C. The political and social environment
Persekitaran politik dan sosial
- D. The company environment
Persekitaran syarikat

CLO2
C3

2. Consumer Buying Behaviour refers to the buying behaviour of the ultimate consumer. Marketers need to understand the influencing factors to better understand consumer purchase decisions for their choice of products or services. Apply the right factors influencing consumer buying behavior:

Tingkah Laku Pembelian Pengguna merujuk kepada tingkah laku membeli pengguna yang utama. Pemasar perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi untuk lebih memahami keputusan pembelian pengguna untuk pilihan produk atau perkhidmatan mereka. Aplikasikan faktor yang paling tepat mempengaruhi kelakuan pengguna semasa membeli:

- i. Cultural factors
Faktor budaya
- ii. Social factors
Faktor sosial
- iii. Personal factor
Faktor peribadi
- iv. Physiological factors
Faktor fisiologi

CLO2
C3

- A. i and ii
i dan ii
- B. i, ii, and iii
i,ii, dan iii
- C. ii, iii and iv
ii, iii and iv
- D. All of the above
Semua di atas

3. After gaining information about the alternative goods or service that will satisfy a desired state, the customer is then ready to evaluate the choices. Show the several measures involved in evaluating the alternatives:

Setelah mendapat maklumat mengenai alternatif barang atau perkhidmatan yang akan memenuhi keinginan mereka, pelanggan kemudian bersedia untuk menilai pilihan yang ada. Tunjukkan beberapa langkah yang terlibat di dalam menilai alternatif:

- i. Benefit of the product
Faedah terhadap produk
 - ii. Brand beliefs
Kepercayaan jenama
 - iii. Utility function of the product
Fungsi utiliti terhadap produk
 - iv. Level of satisfaction
Tahap kepuasan
- A. i and ii
i dan ii
 - B. i, ii, and iii
i,ii, dan iii
 - C. ii, iii and iv
ii, iii and iv
 - D. All of the above
Semua di atas

CLO2
C3

4. "Aelcom advertisements promote the cause of being able to be connected with family members regardless of location. This may appeal to Malaysian families abroad." Adapt the psychographic segmentation to the statement above.

"Iklan Aelcom mempromosikan penyebab untuk dapat berhubung dengan ahli keluarga tanpa mengira lokasi. Ini boleh menarik minat keluarga Malaysia yang berada di luar negara." Sesuaikan segmentasi psikografi pada pernyataan di atas.

- A. Personality
Personaliti
- B. Special Occasion
Peristiwa istimewa
- C. Lifestyle
Gayahidup
- D. Motive
Motif

CLO2
C3

5. In evaluating different market segment, a company must first collect and analyze data on current segment sales, growth rates and expected profitability for various segments. The company also needs to examine major structural factors that affect long-run segment attractiveness, a segment is less attractive if it:

Dalam menilai segmen pasaran yang berbeza, syarikat mesti terlebih dahulu mengumpulkan dan menganalisis data mengenai penjualan segmen semasa, kadar pertumbuhan dan keuntungan yang diharapkan untuk pelbagai segmen. Syarikat juga perlu meneliti faktor struktur utama yang mempengaruhi daya tarikan segmen jangka panjang, sebuah segmen itu menjadi kurang menarik jika:

- i. Involves powerfull sellers
Melibatkan penjual yang berkuasa
- ii. Has many strong and aggressive competitors
Mempunyai ramai pesaing yang kuat dan agresif
- iii. Has many actual or potential substitute products
*Mempunyai banyak potensi produk sebenar dan produk pengganti
Fungsi utiliti terhadap produk*
- iv. Involves powerful suppliers
Melibatkan pembekal yang berkuasa

- A. i and ii
i dan ii
- B. i, ii, and iii
i,ii, dan iii
- C. ii, iii and iv
ii, iii and iv
- D. All of the above
Semua di atas

CLO2
C3

6. "This industrial product is different from materials and parts in the sense that they are not a part of the product, for example, office building, computer system warehouse and escalator." Apply the following statement to the right industrial product classification:

"Produk industri ini berbeza dari bahan dan komponen dalam erti kata bahawa ia bukan sebahagian dari produk, misalnya, gedung pejabat, gudang sistem komputer dan eskalator." Aplikasikan pernyataan berikut kepada klasifikasi produk industri yang tepat:

- A. Materials and parts
Bahan dan bahagian
- B. Capital goods
Barang modal
- C. Supplies and services
Perkhidmatan dan bekalan
- D. Industrial product
Product industri

CLO2
C3

7. “Consumer’s perception of a product’s value determines the maximum price they are willing to pay for a product. There will be no demand of a product above the maximum price.” Adapt the major pricing strategies to the following statement.

“Persepsi pengguna terhadap nilai produk menentukan harga maksimum yang mereka sanggup bayar untuk sesuatu produk. Tidak akan ada permintaan produk melebihi harga maksimum.” Sesuaikan strategi harga utama kepada pernyataan berikut.

- A. Cost-based pricing
Harga berasaskan kos
- B. Customer value-based pricing
Harga berasaskan pelanggan
- C. Competition-based pricing
Harga berasaskan persaingan
- D. Seller-based pricing
Harga berasaskan penjual

CLO2
C3

8. Asia Airline is an example of an entity that uses multiple channels to sell their products. Asia Airline customers have the option of buying tickets online from the Asia Airline website, using the mobile app, go through travel agents or Asia Airline ticket counters. Apply types of channel structure implemented by Asia Airline.

Asia Airline adalah contoh entiti yang menggunakan pelbagai saluran untuk menjual produk mereka. Pelanggan Asia Airline mempunyai pilihan untuk membeli tiket secara dalam talian dari laman web Asia Airline, menggunakan aplikasi mudah alih, melalui ejen pelancongan atau kaunter tiket Asia Airline. Aplikasikan jenis struktur saluran yang dilaksanakan oleh Asia Airline.

- i. Channel 1
Saluran 1
 - ii. Channel 2
Saluran 2
 - iii. Channel 3
Saluran 3
 - iv. Channel 4
Saluran 4
- A. i and ii
i dan ii
 - B. i, ii, and iii
i, ii, dan iii
 - C. ii, iii and iv
ii, iii and iv
 - D. All of the above
Semua di atas

CLO2
C3

9. "It deals with legislators and government officials to promote or defeat legislation and regulation. Occasionally, it is also useful in winning contract or fastened the process approval." Show the best tools of public relation for the following statement:

"Ia adalah berhubung dengan perundangan dan pegawai pemerintah untuk mempromosikan atau mengalahkan undang-undang dan peraturan. Kadang-kadang, ia juga berguna dalam memenangi kontrak atau mempercepat proses persetujuan." Tunjukkan alat perhubungan awam yang paling tepat untuk pernyataan berikut:

- A. Corporate communication
Komunikasi korporat
- B. Counselling
Kaunseling
- C. Public affairs
Hal ehwal awam
- D. Lobbying
Melobi

CLO2
C3

10. Kembara Safi is a travel agency company which has experienced a downturn in the first quarter of the year and is now ready to take off once again. As a marketing manager, show the most effective promotional activity you should consider.

Kembara Safi adalah sebuah agensi pelancongan di mana telah mengalami kemerosotan pada suku pertama tahun ini dan sekarang telah bersedia untuk membangun sekali lagi. Sebagai pengurus pemasaran, tunjukkan strategi promosi yang paling efektif harus anda pertimbangkan.

- A. Advertising
Pengiklanan
- B. Personal selling
Jualan persendirian
- C. Sales promotion
Promosi jualan
- D. Public relation
Perhubungan awam

SECTION B : 25 MARKS
BAHAGIAN B : 25 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **ONE (1)** essay structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi SATU (1) soalan esei berstruktur. Jawab semua soalan.

QUESTION 1
SOALAN 1

CLO2
C3

ABC Motors Company is engaging in the designing, manufacturing and selling of cars, trucks and automobile parts. They are planning to expand their business internationally. As a marketing manager, you are responsible to analyze the market segmentation, distribution channels and promotion mix that the company has to consider in communicating its products and services to their target market.

ABC Motors Company terlibat dalam mereka bentuk, membuat dan menjual kereta, trak dan alat ganti kenderaan. Mereka merancang untuk mengembangkan perniagaan mereka ke peringkat antarabangsa. Sebagai pengurus pemasaran, anda bertanggung jawab untuk menganalisa segmentasi pasaran, saluran pengagihan dan campuran promosi yang harus dipertimbangkan oleh syarikat untuk menyampaikan produk dan perkhidmatannya kepada pasaran sasaran mereka.

- (a) Sketch the best marketing channel structure for ABC Motors Company in delivering their products to the target market.

Lakarkan struktur saluran pemasaran terbaik untuk Syarikat ABC Motors dalam menyampaikan produk mereka ke pasaran sasaran.

[5 marks]

[5 markah]

- (b) Apply **FOUR (4)** bases of segmentation for consumer market that should be considered by ABC Motors company to provide higher value to customers.

Aplikasikan **EMPAT (4)** asas segmentasi untuk pasaran pengguna yang harus dipertimbangkan oleh Syarikat ABC Motors untuk memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

[10 marks]
[10 markah]

CLO2
C3

(c) Prepare your suggestion regarding **FOUR (4)** alternatives in promotion mix strategy to ABC Motors company.

Sediakan cadangan anda berkaitan **EMPAT (4)** alternatif dalam strategi campuran promosi kepada Syarikat ABC Motors.

[10 marks]
[10 markah]

END OF QUESTIONS

SOALAN TAMAT